● 李思屈

“互联网 +”与“新专业主义”

DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2015.22.030

新兴传播技术改变的不是传播方式，而是传播思维、人际交往方式和社会组织方式。但现在人们在谈论“互联网 +”时代的传媒业变革时，往往就技术谈技术，对“互联网 +”带来的社会生产方式和思维原则的变化重视不够。这种只见技术不见精神的观点难免引发传媒人对自己职业前景的深度焦虑，丧失把握全局的能力，还可能导致盲目的技术崇拜和原教旨主义思潮卷土重来。

盲目的技术崇拜思潮表现为将新兴技术的发展神圣化，一味感慨技术改变世界，不知真正改变世界的，是技术后面人的梦想和时代的精神。在这种思潮支配下，手段成了目的，工具变为主人。传媒业如果被这种思潮裹挟，就会在追逐技术更新的道路上惶惶不可终日，从而最终丧失传媒的话语权和职业的价值感。

原教旨主义思潮的基本特点是放弃精神的艰苦探索，对世界正在发生的日新月异的变化采取鸵鸟式的对抗态度。在这种思潮的影响下，传媒业者和传媒教育者往往愿意相信天不变道亦不变，以为技术的进步不过是表面上的花样翻新，而那些自己已驾轻就熟的业界规则和传播技能是以不变应万变的永恒真理，总想守着 20 世纪的新闻传播学经典理论过舒服日子。然而令他们失望的是，经典的法则越来越不灵光，传统媒体的日子也越来越不舒服，所以他们的困惑、迷茫和愤世嫉俗的情绪也越来越强烈。

传媒精神的浴火重生

随着“互联网 +”时代的来临，信息自由传播的基本原则渗透到人类经济、文化、政治和社会中，互联网不仅是传播手段，而且是新的社会框架。“云、网、端”构成基础的信息技术设施。“云”就是云计算，是大数据的基础设施；“网”指互联网、物联网；“端”指智能终端，如可穿戴智能设备、智能手机、智能传感器、APP 应用等。在“云、网、端”构成的新型信息技术设施上面，原有的农业、工业、服务业，包括商业、金融、物流、交通运输等，都在发生剧烈的改变。这种改变不是表层性的，而是深层的思维方式和组织原则的变化。因此，新兴传播技术的重要性并不限于信息技术的进步，而是渗透到国民经济的整体和社会肌体的结构性改变，是一种时代精神变化的技术性表征。

新闻传媒业是时代精神变化的敏感神经，它一方面要在传播内容、形式上对上述这种历史巨变进行反映、追踪和反思；另一方面，它自身的组织原则和思维原则也无可避免地要发生巨变。回顾近 30 年的传媒业演变史，这种巨变分为三个阶段：

第一个阶段是 20 多年前新媒体的出现，先是互联网新闻的出现，接着是基于互联网技术的其它各种新媒体的发展，这是传媒业的“增量改革”阶段。

第二个阶段是 10 年前报纸、电视、广播等传统媒体对新媒体技术的大量采用，这是新兴传播技术对传统媒体业产生内在影响的“存量改革”阶段。

第三个阶段是目前正在进行的媒体融合和融媒体诞生、成长的阶段，这是新的传媒精神浴火重生的崭新阶段。这个阶段完成后，中国的传媒业才能重塑传媒精神，重新成为时代精神的领跑者、社会环境的守望者，迎接中华文化的伟大复兴。

传媒业的自我“再发现”

传统媒体业的生存依赖于信息服务能力，具体表现为两种核心竞争力：一是对新闻源的掌握，二是对渠道的控制。有了第一种能力，传媒业就能“眼观六路，耳听八方”，新闻人就成为受人尊敬的“消息灵通人士”。有了第二种能力，传媒业就能实施“议程设置”，引导社会舆论，通过渠道资源猎取社会财富。

然而，随着“互联网 +”时代“云、网、端”对社会的重新构型，职业记者肉身化的“眼观六路”和传媒机构的渠道控制不可避免地被边缘化。传媒业要生存和发展，必须完成一次自我的“再发现”。

人们常说现在是信息爆炸时代，缺少的不是信息而对信息的“注意力”。这是从经验感受层面来讲的。从内在的结构上来讲，是人类社会的信息基础设施发生了重大改变，因而信息的生产和传播方式也改变了。随着“云、网、端”等基础信息设施的完善、大数据技术的普及和大规模网状社会协同关系的建立，传统的信息获得和传送技术正在不断去专业化，变得人人可为。既然“一切人对所有人的传播”可以成为现实，那么本来源于社会、源于生活的新闻和其它信息资源也就顺理成章地成为社会大众掌握的资源，非传媒机构所能独占。在此情况下，职业记者如何重建自己的专业优势?

从依赖于资源控制，到打造专业的传播服务能力，传媒业需要一个重新发现自我的过程，以调整定位，再造核心竞争力。现有的传媒业体系基本上是工业化时代的产物，是按工业化时代的“管理——控制”思维建立起来的一套信息生产和传播体系。在传媒组织内部，也

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

是工业时代的思维方式和组织原则，渗透到了传媒战略思维、业务运营的各个环节，目标是建立一定程度的行业垄断。这种模式，只有在信息稀缺、渠道匮乏的环境中才有效。“互联网 +”时代的来临，从技术上实现了信息资源的解放和数据的自由流动，这个变化为社会带来了巨大的价值，同时也是对传统工业原则的消解。新闻传播业需要从过去偏重系统控制、流程管理的链式结构中解放出来，更需要从管理控制的封闭思维中解脱出来，实现传媒业的“边缘革命”。这个“边缘革命”，既指发生于传媒业、信息业和服务业等传统行业边缘的跨界融合，也指发生于科技与文化、物质与精神领域之间的传统壁垒的打破，打造坚守传统媒体专业价值与专业精神的新的专业组织。

“新专业主义”与传媒业未来

人们常说，媒体融合时代需要的是既懂不同媒体传播技术，又有传统新闻素养的人才。好像只要在各种新的传播技术的新瓶中，装上传统“新闻素养”的旧酒，奠基于工业时代组织原则和思维方式之上的传媒业又能返老还童了。

然而，媒体融合并不只是把不同媒体加在一起，它有着与传统媒体截然不同、有些地方甚至相对对立的基本精神和运行原则。因此，正如目前中国传媒业危机远远不是技术的危机一样，中国的传媒教育危机也不是实践教育与理论教育之间的冲突，而是技术教育与精神教育的缺失。传媒业与传媒教育危机的共同根源，是传媒精神重塑过程中不可避免的精神缺失综合征。

技术并不能改变世界，改变世界的是利用技术的人，是技术背后人的梦想和精神。中国的传媒落后不在硬件，而在软件；不在技术，而在对新技术的消化吸收和创新性运用。概言之，中国传媒业在组织创新与思维创新的能力方面还有明显的不足。激活这种创新能力，需要专业精神的重新打造，完成新技术条件下的“新专业主义”。

同理，中国传媒人才的学校教育，当前要务不是亦步亦趋地追赶技术应用的细节，而是消化吸收技术创新的能力的培养。精神的匮乏和由此导致的创新能力的缺失，是传媒界与传媒教育共同的危机。

在大数据背景下，人们更加清楚地认识到，传媒业是信息的生产和传播，更是精神的生产和传播。科技把人的梦想和情感都释放出来了，这是目前和未来社会的新闻信息需求的一大重要变化，也是传媒业生存和发展的新市场、新机遇，是传媒业“新专业主义”的现实基础。

虽然“新专业主义”高度重视新兴传播技术的运用，然而强调的是在把握时代精神基础上对技术工具的使用，是工具为人服务，而不是人为工具服务。比如，它强调传媒人对“云”技术和大数据的利用，但当且仅当这类技术对深入了解、全面服务于社会的新闻和文化需求有用时，这些技术才会在传媒业中闪光。对未来的传媒业来说，利用新兴技术深入了解大众、小众和无数普通的个人日常的生活样态及其精神文化需求，并为满足这些需求提供专业化服务，将是不可替代的核心竞争力。未来传媒人如果还有什么“一招鲜，吃遍天”的看家本领的话，那一定是基于数据技术的社会协调能力和心灵沟通能力。

各种新兴传播技术的应用程序，其兴也勃，其亡也忽。近年来中国新闻传播专业硕士生培养的经验表明，忽兴忽亡的传播技术，往往是可以自学和速成的。要充分相信在互联网环境下成长起来的年轻人,他们是互联网的“原住民”，对于花样翻新的传播技术，并没有老一代人的那种技术崇拜。他们对技术似乎有种天然的亲和性，他们需要的是当技术成为一种思维方式时的“新专业主义”精神的培养。

与国内外其它大学一样，浙江大学在自己的品牌形象宣传方面投入了大量的人力和物力，其形象传播的手段基于传统的传播思维，这也与绝大多数大学一样，其传播效果——进入受众心灵，触动大众“痛点”的效果也几乎一样。而浙江大学传媒与国际文化学院的一个硕士生，用短短两天时间制作的一篇微信文章《浙江大学也有简历？——ZJU 身世大揭秘！爱你，所以想了解你更多》，在一周内达到近 30 万点赞和转发，其效果之好，并不源于信息来源和传播渠道方面与传统传播的差异，而在于她的内在精神，这就是“新专业主义”精神的萌芽。给青年人一个精神的支点，他们就能撬动世界。

“新专业主义”注重精神，当然也注重专业能力。在我看来,“新专业主义”的专业能力主要包括将数据转化为信息的能力、将事实转化为意义的能力和将内容转化为精神的能力。

将数据转化为信息的能力，包括从各种数据源快速获得数据，发现数据之间的逻辑联系，生成有内容的信息资源，形成可视、便捷、易懂、易记、易传的信息产品的能力。

将事实转化为意义的能力，包括能够保证事实真实性的技能，快速揭示事实与人类利益关系的能力，和为这两种能力提供背书的品牌信誉保证能力。

将内容转化为精神的能力，即能从精神层面理解物质现实的能力。技术的马车需要精神的驭手，技术时代的最大危机来源于技术本身，这就是工具理性对价值理性的遮蔽，物质利益对精神目标的替代；对这种遮蔽和替代危机的不断警示，是传媒人的天职，也是技术时代对传媒专业的重要需求。

黑格尔看见拿破仑后曾说，他看见时代精神“骑在马背上”来了。我看见“互联网 +”的时候，必须要说，新的时代精神已经乘着互联网来了。传媒的“新专业主义”，将是这种时代精神的重要体现。

（作者为浙江大学传媒与国际文化学院副院长、教授、博士生导师）

?1994-2015 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net